

LES URGENCES DE L'ÉCRITURE DE L'INFORMATION

Intention-rédaction-transmission... pour quelle réception ?

Michael Palmer¹

Les tics de langage, les raccourcis expéditifs, souvent fort utiles pour signifier de toute urgence l'essentiel – un essentiel plutôt instrumental, ancré dans ce bas-monde – caractérisent aussi bien les notes de services, les échanges Intranet dans les rédactions que ce que la langue anglaise désigne depuis au moins 1882 sous le mot «*journalese*» - terme familier, parfois péjoratif, pour signifier le produit ou la copie journalistique pour laquelle l'on est parfois payé à la ligne. Apparaît ainsi un paradoxe constitutif de la tension entre la rédaction informelle et formelle d'un même contenu ; on est censé faire bref, mais on peut vouloir faire long ; le récit est tantôt condensé, ramassé, tantôt développé, agencé pour produire effet, pour "capter l'attention" et faire durer... Les savoirs (ou techniques rédactionnelles) informels, véhiculés en interne, y jouent un rôle majeur.

Cette communication revisite des "messages" anciens et modernes, des "bouts de texte" produits dans la tension de l'urgence ainsi que les commentaires en interne (au sein des rédactions) suscités par ces textes. Le corpus retenu est essentiellement de langue anglaise, ce qui pose problème pour le présenter dans une revue de langue française². Mais la

1 Michael Palmer est professeur à l'Université Paris 3 et directeur du CHRIME-CIM (Communication Information-Médias).

2 Tantôt nous traduisons depuis l'anglais d'origine ; tantôt nous laissons en anglais, pour que des "effets de style" soient compréhensibles. Il est un problème qu'on ne peut guère résoudre ici ; diverses expressions, locutions, de mise dans l'anglais du XIXe siècle, ne le seraient guère, ou paraissent archaïques dans l'anglais du début XXIe ;

Recherches en communication, n° 23 (2005).

question posée existe indépendamment de la langue retenue. Orfèvres des mots, passés maîtres dans le traitement d'une copie rédigée dans l'urgence pour "les rubriques information/d'actualité" tout au moins (à la différence de certaines pages "features" ou "magazine", par exemple) les journalistes manient la langue véhiculaire tant pour communiquer en interne que pour aboutir à des récits destinés au domaine public, à public(isa)tion. Cette tension rédactionnelle est l'objet que nous voulons cerner ici. A bien des égards, elle existerait depuis "la nuit des temps". Dans d'autres travaux, nous nous intéressons à cette ubiquité que capte du reste le mot "dépêche"¹. Ici, nous nous situons, pour l'essentiel, dans le contexte de certaines "dominantes" (terme qu'emploie l'Agence France Presse) de l'actualité internationale de 2001-2002, et nous centrerons plus loin sur un matériau issu des archives rédactionnelles de l'agence Reuters (mais aussi celles d'autres "fournisseurs d'information", "*news vendors, news-feed*"...) à savoir notes de service et appréciations des produits rédactionnels réalisés à propos du service Reuter de langue anglaise diffusé aux Etats-Unis. Matériau parcellaire, bouts de texte produits pour provoquer un impact dans l'éphémère de l'actualité, ils ne mériteraient pas – on pourrait nous l'objecter –, tant d'importance. Au contraire, les "yeux d'aigle" ("*eagle eyes*") des journalistes scrutant la production de leurs confrères (et parfois rivaux ou concurrents) seraient l'une des meilleures garanties de la qualité professionnelle, nous semble-t-il.

qui plus est, les styles rédactionnels variaient, mettons, entre *The Times*, Reuters et *The Daily Telegraph*, disons en 1860, de même que le "rédactionnellement correct" varie, lui, entre une seule et même entreprise, au fil des époques, selon les rédacteurs en chef, les chefs de service... Valentine Williams, de Reuters – né en 1883 et lui-même fils du rédacteur en chef de l'agence, G. D. Williams (1839-1910) – raconte comment le baron de Reuter, invoquant le "Reuterian", le style maison, trouvait inadmissible sa phrase « *a blazing indiscretion* », employée à propos des *Mémoires* d'Hohenlohe, le chancelier allemand. V. Williams, *The world of action*, London, Hamish Hamilton, 1938, p.83.

- 1 Exemples : M. Palmer, «The value of the ephemeral», in S. Lax, *Access denied*, Macmillan, London, 2000, pp.37-46 ; «L'information, c'est l'argent du temps», in A. Vitalis, B. Castagna, M. Palmer, J.-F. Tétu, *Médias, temporalités et démocratie*, Apogée, Rennes, 2000, pp.23-44 ; «Agences d'information, entreprises de presse : incises d'une actualité saisie sur le vif», in Centre d'Etudes sur les médias et les nouvelles technologies de l'information et de la communication, Université de Bucarest, *Redéfinition des territoires de la communication*, Bucarest, Tritonic, 2002, pp.235-239.

Ici, pratiquant ce que je qualifie “d’incises dans l’actualité”, le but est de mettre en parallèle les urgences de la rédaction, de la production, de la transmission, et de l’éventuelle ré-écriture de la copie, dans le style ramassé qui caractérise aussi bien la *news-condensation*, la concision et la compression du texte, liée à l’emploi d’une nouvelle technologie, que l’appréciation en interne que suscite cette copie, appréciation qu’on signale rapidement afin d’améliorer le produit du lendemain, du prochain cycle d’information.

Quelques repères, de brefs rappels de contexte, signalent comment au cours du deuxième tiers du XIXe siècle, les signes ou artefacts du raccourcissement de l’espace-temps, dans les rédactions des grands journaux et agences d’information, dans les capitales en Europe occidentale comme dans les villes-phares de la côte est des Etats-Unis, s’accélérent, s’intensifient. On pourrait dire que le processus est en marche depuis la fin du XVIIIe siècle ; – avec l’emploi de dispositifs de logographe et de sténo-dactylographie, pour consigner les débats dans les assemblées parlementaires (au palais du Westminster, à Londres, années 1770 ; dans les Etats-Généraux/Assemblée nationale, à Versailles, puis à Paris, 1789... ; au Capitole à Washington, dont la construction commença en 1793...), ainsi que la rédaction de dépêches pour dire l’essentiel dans l’urgence, pour la transmission par le tout nouveau télégraphe optique (en France, les frères Chappe, dès les années 1793...). Certains remonteraient peut-être jusqu’à la mode des années 1620, où certaines jeunes demoiselles chrétiennes s’adonnaient à la pratique de la «sténo», afin de pouvoir noter rapidement à l’Eglise l’essentiel du contenu et des formules bien trouvées des prédicateurs en vue... Un ouvrage intitulé d’abord *Short Writing* (1626) et ensuite *Tachygraphy* (1635) connut plusieurs éditions ; du reste, à la même époque, celle de Shakespeare (1564- 1616) et de Ben Jonson (1572-1637) apparurent les premiers dictionnaires monolingues (anglais-anglais). *A Table Alphabeticall* (1604) de Robert Cawdrey liste les mots “difficiles” accompagnés de brèves définitions. Par ailleurs, 1600-1630, c’est la période où se multiplient les “corantos”, “gazettes” et autres “périodiques”, recueils imprimés de nouvelles (entre autres) qui ne pourront devenir des parutions *quotidiennes*, à quelques exceptions près, avant le XVIIIe siècle.

1833-1866 : un tournant

Le bond en avant du tournant 1800, lui, réunit le raccourcissement-miniaturisation du message à la transmission accélérée de celui-ci ailleurs et par réseaux fiables – par télégraphe optique, puis télégraphique, voire par colombophilie – les pigeons-voyageurs (qu’emploie Reuter, de Bruxelles à Aachen) de légende...

Pourtant, la période 1832/3-1866, ce deuxième tiers du XIX^e siècle, paraît autrement plus significative pour ces rares journaux et agences qui “feront référence”, notamment par la qualité et l’importance accordée à l’actualité internationale, que ce soit à Londres, à Paris, à Berlin, ou à New York. On songe ici au *Times* de Londres (titre lancé en 1785 et appelé alors *Daily Universal Register*, avant de prendre son nom définitif en 1788), *Le Temps* à Paris (1861), et le *New York Times* (1851...) ; de même à la «la maison» Havas (fondée à Paris comme bureau de traduction des journaux étrangers, vers 1832 ou 1833), à l’institut télégraphique Reuter qui ouvre ses portes à Londres en 1851), à la New York Associated Press (1848), ainsi qu’à l’entrée en service du câble transatlantique, connectant Londres à New York en 1866 – quinze années après celle du câble Calais-Douvres, reliant Paris et Londres. Le jeune Paul Julius Reuter (1816-1899), né à Cassel, Israël Beer Josephat, aurait connu à Göttingen le savant Karl Friedrich Gauss, qui expérimentait la transmission de signaux électriques, et avait des rapports tantôt de concurrent, tantôt d’allié, avec Bernhard Wolff, dont le bureau télégraphique débuta à Berlin en 1849. Chacune de ces affirmations mériterait commentaire. Ici, nous nous centrons sur les questions stylistiques que soulève la rédaction de “textes, dépêches, récits et autres produits journalistiques”, transmis de loin pour des clients (dirait-on aujourd’hui) “médias et non-médias”, perçus comme d’importance, par l’émetteur et, pense celui-ci, par le destinataire. En effet, il arrive que l’intention de l’émetteur, l’urgence qu’il recherche pour transmettre au plus vite, ne soient pas forcément partagées par le destinataire. Un passionnant rapport du directeur des télégraphes belges, J.Vincent, en 1866, suggère que le particulier qui expédie un télégramme recommandé doit certes penser à l’économie syntaxique (la taxe est de 2 fr. jusqu’à 20 mots ; de 1 fr. pour « chaque série de 10 mots en sus ») mais qu’il est motivé surtout par l’urgence qu’il ressent lui-même : « *l’urgence* justifie à elle seule la taxe de recommandation aux yeux des intéressés qui, très souvent, ne demandent point la copie

de retour (...plaçant sous les yeux de l'expéditeur le texte exact remis à destination »)¹.

Les ouvrages de langue anglaise consacrés aux correspondants de guerre, voire aux correspondants à l'étranger, font souvent une place importante à William Howard Russell (né en 1820 ou 1821) du *Times*, ce « père misérable d'une race désespérée » – « *miserable parent of a luckless tribe* », selon les propres mots de ce père putatif. L'emploi d'une technique naissante — en l'occurrence du réseau télégraphique électrique — coûtait cher, ce qui incitait d'autant plus au recours à des conventions, des clefs, des chiffres et du “chiffre”, qui ramassent, condensent, le contenu du message, sans qu'on s'attarde ici sur d'autres motifs de confidentialité, de la recherche du secret qui incitent à de telles clefs². Russell, occupant un poste stratégique dans le dispositif déployé par *The Times* pour couvrir la guerre de Crimée (1854-56), retient l'intérêt ici parce qu'il était soucieux de pouvoir expédier sa copie au plus vite, et surtout à cause de cette *lettre* (du 9.11.1854), où il signalait à son rédacteur en chef à Londres, J.T. Delane, comment s'y prendre ; une liaison télégraphe/bateau prenait 70 heures) — il emploie de nombreuses abréviations : « *cd* » pour « *could* », « *wd* » pour « *would* », raccourcis alors et toujours courants, comme l'est par exemple « *l'ampersand* », c'est-à-dire « & ».

Russell, arrivé avec les forces britanniques à Varna (port sur la Mer noire), en juin 1854, résume ainsi les avantages à expédier « le journaliste sur le champ de bataille » qui ensuite fait de son mieux pour rédiger et transmettre de toute urgence :

Prenez par exemple la bataille d'Inkerman, le 5 novembre. La bataille était terminée à 2 heures de l'après-midi. A 4 heures, j'aurais pu être sur un bateau à vapeur, destination Varna, et j'y serais probablement parvenu à 2 ou 3 heures le lendemain (6),

1 J. Vinchent, « Situation et trafic des lignes télégraphiques belges en 1866 », *Annales des travaux publics*, t. xxiv, Bruxelles, B.J. Vandooren, 1866, pp. 249-354. C'est Vinchent qui souligne.

2 En mars 1887, Havas expédia à l'agence du Nord (St-Petersbourg) une clef politique où figurent quatorze formules ayant trait aux attentats éventuels contre la famille impériale des Romanov : « Envoyez trois caisses savons » signifie « L'empereur de Russie vient d'être assassiné ». Cf. M. Palmer, *Des petits journaux aux grandes agences : naissance du journalisme moderne, 1863-1914*, Paris, Aubier, 1983, p.291.

en ayant eu le temps de rédiger un récit complet de la bataille pendant le voyage.

Russell estimait le temps d'expédition de la dépêche – Varna, Bucharest, Cronstadt, Londres – à 70 heures...

Bataille qualifiée (par d'autres) « d'abattoir ! » (plus de 10.000 pertes russes, plus de 2.000 pertes françaises et britanniques), et de « tournant de la guerre » (les Russes, supérieurs en nombre, ne parvinrent pas à déloger les forces britanniques), – ainsi que Balaklava (le 25.10.1854) – exemplifient la tension qu'éprouvait Russell, ce correspondant de guerre symbole, devant les tensions de l'urgence, au milieu du brouillard de la guerre (« *fog of war* ») – le matin d'Inkerman, « on voyait à peine à deux mètres » – et le raccourci expéditif qui simplifie, schématise. Le long récit – *lettre* où Russell décrit « la charge héroïque de la brigade légère » (à Balaklava), le 25 octobre, fut rédigé par un journaliste qui prit son temps pour interviewer des soldats et trouver le ton approprié ; quatorze ans plus tard, le directeur (“*The Manager*”) du *Times* écrivit : « le télégraphe rend caduc, à bien des égards, le récit épistolaire (« *news letter* »)¹ .

En 1857, *The Times* listait ses dix-neuf correspondants et agents en poste à l'étranger : le directeur considérait un temps que seul Paris (où il y avait en 1857 deux correspondants) méritait un bureau permanent.

Il y a quelque pertinence, nous semble-t-il, à juxtaposer les paragraphes introductifs de la *lettre* que Russell rédige afin de publication, le récit de la “charge de la brigade légère”, et un bref épisode relaté dans un film d'Hollywood, tourné en 1941, et consacré aux débuts de l'agence Reuters. Ce film, *A despatch from Reuters* (directeur William Dieterle, studio Warner Bros.), montre à un moment donné “PJR” intervenir alors qu'une personne rédige un message privé sous forme de lettre. « Coupez, condensez », dit le Reuter fictif, « une dépêche n'est pas une missive épistolaire ». Le récit-*lettre* de Russell daté du 24 .10. 1854, débute ainsi :

If the exhibition of the most brilliant valour, of the excess of courage, and of a daring which would have reflected full lustre on the best days of chivalry can afford full consolation for the disaster of today, we can have no reason to regret the melancholy

1 Mowbray Morris, à T. A. Trollope, 29.11.1869, in *History of The Times*, London, P.H.S., 1939, t. ii, p.568.

loss which we sustained in a contest with a savage and barbarian enemy.

I shall proceed to describe to the best of my power, what occurred under my own eyes, and to state the facts which I have heard from men whose veracity is unimpeachable, reserving to myself the exercise of the right of private judgement in making public and in suppressing the details of what occurred on this memorable day”¹

Le correspondant de guerre explicite sa démarche, sa manière de faire, sa recherche de sources, les motifs qui l’amènent à ne pas dévoiler certaines choses ; le correspondant ou agent *télégraphique*, lui, prend ces précautions comme admises ; il lui faut aller à l’essentiel, d’emblée. (Cela étant, les délais de transmission restèrent considérables ; la nouvelle du désastre britannique à Balaklava ne parvint à Constantinople que trois jours plus tard ; une dépêche à ce propos parvint au *Times*, à Londres, bien avant la lettre où figure le récit rédigé par Russell, publiée le 14 novembre ; Russell lui-même n’aurait envoyé qu’une seule dépêche pendant toute la guerre – une description des défenses de Sébastopol, une fois celle-ci tombée²).

Débat récurrent entre exactitude et rapidité et qu’on ne peut trancher ; le tension est constante, depuis que le “média-monde” existe ; on en trouve trace dans des lettres qui remontent à la plus haute Antiquité. Toujours est-il que 150 ans après l’entrée en service du télégraphe électrique, et lorsque les grandes agences fêtèrent leur 150e anniversaire et que CNN (lancé en 1980) discourt sur le temps réel, l’information *live* et autres “*breaking news*”, l’analyse des cadences de l’urgence d’après des extraits de la correspondance rédactionnelle d’une agence transnationale suggère ce croisement entre l’expéditif, l’efficace, le texte abouti et les connaissances de l’actualité formulées dans un style direct, simple, sans fioriture, mais recherchant à la fois clarté et impact³. Internet, cybe-

1 *The Times*, 14.11.1854, cité in J.E. Lewis, dir., *The mammoth book of war correspondents*, London, Constable and Robinson, 2001, pp. 3-4

2 D. Read, *The power of news. The history of Reuters*, Oxford, O.U.P., 1999, p.17.

3 Reuters, qui ouvrit ses bureaux à Londres en 1851, et AFP qui, fondée en 1944, se voit en héritière de la longue tradition d’une agence française internationale, qui remonte au modeste bureau de traduction de journaux étrangers ouvert par Charles Louis Havas en 1832 ou 1833, fêtèrent leur passé lors d’expositions et d’ouvrages réalisés fin XXe siècle : exemples : D. Read, *The power of news*, Oxford, O.U.P., 1992 et 1999 ; *AFP : 150 ans d’agence de presse*, Paris, BPI Centre Georges Pompidou, Editions Beba, 1985.

respace, sites *on line*, et interactions avec des usagers-internautes aux aguets, y prédisposent-ils ? Posons au moins la question.

« *A gentlemanly pace* » : les pressions de l'urgence dont témoigne Russell du *Times* ne transparaissent pas à tout instant lorsque l'on examine la correspondance rédactionnelle de journaux, tel *The Times*. La recherche de l'exactitude, de la diversité de sources dignes de foi et perçues comme étant les mieux informées, priment fort souvent sur la seule recherche de la rapidité, semble-t-il. Débat récurrent, reflet de tensions contradictoires, et qu'on ne peut trancher...

De la Crimée en 1854 à New York en 2001

Pourquoi « mettre en parallèle » *The Times*, Londres-Crimée, 1854-56, et Reuters, New York, 2001-02 ? Parce que les Etats-Unis (New York) sont la principale puissance géopolitique, économique, médiatique d'aujourd'hui, comme Londres l'était il y a un siècle et demi, et parce que la langue anglaise – modernisée, américanisée, internationalisée – reste *la lingua franca* dominante de l'information expéditive, de ces flux de données et de récits-*stories* qui irriguent “la communication-monde”, pour reprendre la formule d'Armand Mattelart, en la déformant quelque peu¹. Nous pouvons le regretter, tout comme d'autres, mais il en est ainsi ; les échanges dans d'autres langues, avivés par des diasporas et l'ampleur même des communautés et des ethnies qui les pratiquent (le chinois, l'arabe...) se multiplient, mais la langue anglaise (et ses variantes multiples) reste la langue dominante de la communication internationale, scandée par les impératifs de l'urgence. Le “*news-peak*” (“novlangue”) que forgea George Orwell (1984) dans une fable sur la menace idéologique du “grand frère” (*Big Brother*) rencontre en quelque sorte le *net-speak*, le raccourci expéditif des internautes.

Les questions d'impérialisme médiatique et culturel ainsi soulevées ne sont pas ici notre préoccupation. Celle-ci centre plutôt sur le rapport “informel-formel” qui travaille les échanges des professionnels de l'info, soucieux de couvrir vite et bien une multitude d'items journalistiques, et de rebondir sur d'éventuelles contre-performances pour améliorer la production à venir. Eliminer tout mot superflu, mettre en contexte, trouver l'angle d'attaque qui produit un impact – ce sont

1 A. Mattelart, *La communication-monde*, Paris, La Découverte 1992 ; La Découverte, Syros, 1999.

autant de leitmotiv des contrôleurs de copie de Reuters (qui parlent, à l'occasion de "Reuterspeak"¹, comme d'autres évoquent "l'AP-speak", ou d'autres encore le "Bloombergese"). On ajoutera seulement que des linguistes britanniques rappellent la prégnance jadis de la langue latine ; pendant un millénaire on se serait centré sur l'étude du latin, forgeron des langues – il fallait penser l'anglais par rapport au latin² ; aujourd'hui l'émergence d'une "netocracie", une élite électronique depuis longtemps férue de l'anglais, renforce l'osmose de la langue la plus usitée sur les technologies de pointe – d'une "*net lingua*" disent certains – et la pratique d'un anglais "raccourci", aux néologismes de l'innovation³.

Nous nous centrons donc sur les observations de contrôleurs Reuters de qualité en poste à New York. Presque tous les jours de la semaine, pendant trois ans, jusqu'en août 2002, un contrôleur compilait en fin de journée (en fin d'un *news cycle*, plutôt un *log* ou "journal", série de notes, d'appréciations de la copie produite dans le service *Americas* du jour, copie qu'il comparait éventuellement avec les prestations de la concurrence, et qu'il éclairait par des observations provenant de clients de la copie d'agence. On retiendra ici quelques "incises dans l'actualité", datant de la fin 2001, début 2002. La copie agencière, faut-il le rappeler, comporte des textes aux dimensions brèves ... 60, 80, 120 mots (800 mots maximum) ; chaque paragraphe comporte deux, plutôt une, phrase(s). Cette phrase, en anglais, ne doit guère dépasser les trente mots, tout au plus. Sauf exception. « Les règles sont faites pour être contredites », revient de temps à autre dans les observations du contrôleur.

Je ne prends ici que quelques échantillons de ces commentaires para-journalistiques où le contrôleur dissèque les prestations des agences à propos de l'affaire **Enron** ; ce scandale qui éclata en décembre 2001 rejaillit tant sur les failles de la "*corporate gouvernance*" ou des dispositifs d'auto-règlementation et de contrôle des firmes aux Etats-Unis, que sur les rapports entre les sociétés pétrolières et la classe politique aux Etats-Unis.

1 Comme leurs prédécesseurs évoquaient le "Reuterian".

2 D. Crystal, *Linguistics*, London, Penguin, 1971, p.69 ; et *Language and the Internet*, Cambridge, C.U.P., 2001.

3 A. Bard, J. Söderqvist, *Netocracy*, London, Pearson-Reuters, 2002, p.225.

Qu'est-ce qu'Enron ? Elle serait une société, une firme états-unienne, qui sut se "réinventer".

Le journal des branchés de l'Internet, *Wired*, la décrivit ainsi, en février 2002 :

– Enron had transformed itself so thoroughly – from natural gas-line pipeline operator to commodities trader and market-maker – that watchdogs (like the U.S. S. E.C.) simply didn't understand what it had become : a large bank-like financial services company. That transformation put Enron under the purview of no-one¹ .

L'entreprise réussit au point d'être classée n° 7 parmi les firmes américaines, d'après leur capitalisation boursière, et convoitait la première place. Lorsqu'éclata le scandale, début décembre 2001, divers commentaires dans les journaux américains relevèrent l'importance des sommes versées par la société aux hommes politiques, en incluant le président des Etats-Unis, George W. Bush. Son ministre de la justice, John Ashcroft, le 10 janvier, dut trouver la parade. Ces éléments de mise en contexte suffiront peut-être à faire comprendre la portée des observations faites par le contrôleur de la copie, à propos de textes diffusés dans le service Americas du 10 janvier 2002. Ce journaliste, face à une thématique d'actualité qui était en train de devenir un des tous premiers "pics événementiels" ou dominantes du news agenda, releva non seulement le manière reuterienne de raconter ce qui se passait, se disait, mais aussi – parfois en aparté, mais toujours d'une façon voulue – les trouvailles linguistiques, parfois vouées à disparition, liées à la montée en puissance de telle ou telle "tranche d'actualité". Ainsi, le 23 janvier, il signale :

First Enron was a company. Then it was a scandal. Now it is a transitive verb... Senate Democratic Majority Leader Tom Daschle... responded that he did not want to "Enron" the American people.

1 « The Post-Enron Economy », *Wired*, February, 2002. (« Enron s'était à ce point transformé, passant d'opérateur des pipelines de gaz naturel, au trader des matières premières et à l'opérateur des marchés de l'énergie, que les chiens de garde comme le Securities Exchange Commission, aux Etats-Unis (*comparable à la Commission des Opérations de la Bourse, à Paris*) ne savaient plus au juste ce qu'elle était devenue ; à savoir, une société de services financiers, tels ceux d'une banque. Résultat de cette mue : aucune instance de régulation ne s'occupait d'Enron).

Commentaire d'ensemble du contrôleur, évaluant les prestations Reuters du 10 janvier à propos d'Enron : « Beaucoup d'éléments à traiter dans cet après-midi du 10 janvier, face à un sujet à rebondissements multiples ; on s'en est plutôt bien sorti ». Le ministre de la Justice *s'est recusé* (« recused himself » – formule juridique qu'emploie l'anglais-américain, mais non l'anglais-anglais : selon le Dictionnaire *Encarta* (1999, 2001), lié au groupe Microsoft, d'une part, les *Concise et Shorter Oxford English Dictionaries* (1999, 1973), d'autre part, ce verbe transitif signifie « disqualifier une personne pour juger ou participer à une affaire à cause d'un intérêt ou implication personnelle, source d'une possible confusion des rôles ; se récuser pour cette raison ». Là où l'américain permet de « se récuser », l'anglais-anglais n'emploie pas le verbe de manière réflexive. Cet exemple suggère que là où les services Americas de Reuters suivent de préférence le manuel de style de l'agence AP, des rédacteurs anglophones (non-U.S.) ou d'autres langues, ont à pratiquer souvent les dictionnaires...

Ashcroft s'est recusé. On apprit que des dirigeants d'Enron téléphonèrent à des ministres avant que l'affaire ne sorte. La Maison-Blanche s'efforça de tenir Bush à l'écart, les contrôleurs des comptes ne firent pas leur boulot, etc.

Et le contrôleur Reuters de citer une dépêche qui illustre en bien les prestations-maison :

L'effondrement de la firme Enron rejallit sur l'administration Bush, jeudi ; la Maison-Blanche et deux proches des ministres avaient été prévenus de la banqueroute imminente et le garde des sceaux, John Ashcroft, s'est exclu de l'enquête criminelle dont la société fera l'objet. Ainsi, notre papier relia deux éléments. Il aurait pu dire ce qu'était Enron (commerce de l'énergie), mais il n'avait guère de place pour traiter en plus de l'aspect des donations – (à savoir, Enron, un des principaux contributeurs aux frais électoraux de George W. Bush)

Ainsi, je traduis ci-dessus en français certains des textes que le contrôleur consigna et commenta en anglais-américain, avec ce style ramassé et percutant que suggère l'extrait suivant :

Developments, 10.I.2002 :

– a fast-developing story throughout the afternoon of Jan. 10 ; Ashcroft recused himself. It was revealed that top Enron people phoned cabinet ministers before the fall, White House was trying to distance Bush from it, the accountants ate the audits, etc . So there's a... lot to juggle. Overall the stories looked pretty strong... Example : ***Bush-Enron wrapup I*** : « The collapse of Enron Corp. entangled the Bush administration Thursday as the White House and two cabinet officers were warned of its looming bankruptcy and Attorney general John Ashcroft recused himself from the criminal investigation into the company. This chose to twin two developments. It could have said what Enron was (energy trading company), but there's probably little room to juggle the donor* element in there »

*(I.e. Enron a major campaign donor to President Bush)...

Example : *Utilities-Enron-Andersen* separate explained that auditor Andersen destroyed documents related to balance sheet. « 3rd para. (« could further deepen firm's woes on legal and regulatory fronts »), 4th (« 'It sounds pretty damning » said Arthur Bowman, editor of the <widely read industry newsletter> Bowman's Accounting Report), 5th (« Industry experts were stunned by the admission, as accountants rarely throw away any pieces of paper »), 6th (« most accounting firms keep audit records for at least three to four years », said Bowman, <who said it was the first time he had seen such a disclosure in the 22 years he had covered the industry>.

Après l'incise dans la copie Enron, des éléments de “recul”

Pour enjamber l'espace-temps au plus vite, les journalistes se parlent, communiquent, par l'emploi de toute une série de raccourcis. On peut y voir la prégnance de certaines techniques de transmission expéditive. “*Journalese*”, “*telegraphese*”, “*cablese*” sont autant d'appellations usitées au cours du siècle qui vit l'essor de l'information télégraphiée (dès les années 1840). Les agences de presse – où, faut-il le rappeler ? – le terme “presse” renvoie aussi bien aux urgences, aux thèmes ou brèves qui se bousculent pour figurer au menu de l'actualité qu'au seul support ou vecteur, soit l'imprimé, l'édition, la presse... furent longtemps le média le plus marqué par cette interdépendance entre le mode d'expression technique et argotique, usité “en interne”, et la rédaction de la copie destinée à public(isa)tion.

Il y a peu, un ancien de l'agence United Press International consacra un petit ouvrage au *Wirespeak* : quatre des chapitres portent les noms de : « *wire service jargon* »; « *wirespeak glossary* », « *cablese* »; « *newspaper jargon glossary* ». L'ouvrage se réfère par ailleurs au Code Phillips, développé en 1879 par l'un des agenciers états-uniens qui travailla d'abord pour United Press, au début du XXe siècle, et ensuite pour Associated Press. On apprend, en le feuilletant, que le chiffre "30" signifie "la fin (de la copie)" ; on y rappelle que la réponse lapidaire à la première dépêche transmise publiquement par Samuel Morse (depuis le Capitole, à Washington, le 24 mai 1844) – « *What God hath wrought* » (Les Nombres, Ancien testament, La Bible, 23 : 23) fut simplement « *Yes* », expédié par le partenaire de Morse, Alfred Vail, depuis Baltimore (cinq mots brefs, monosyllabiques, convient-il de noter). Cet expéditif instrumental qui prime ... se reflète jusque dans l'emploi du terme "*lede*" pour "*lead*". "Faute" d'orthographe intentionnelle, voulue, "*lede*" prévenait l'imprimeur qu'il fallait comprendre qu'il s'agissait d'une instruction et non pas d'une partie du texte rédactionnel ; "*lead*", le plomb, prêtait à confusion, car l'imprimeur aurait pu y lire une instruction de laisser de l'espace, tandis que "*lede*" signifie clairement qu'il s'agit d'un texte nouveau soit « on ouvre ("*lead*") avec... » De même "*slug*" – qu'on emploie encore dans le discours technico-argotique rédactionnel, tout comme "*lede*" – provient de ce bout de plomb, employé dans la presse linotype, et qui indique à l'imprimeur et au rédacteur le début d'un texte¹. Terme – qu'on dirait aujourd'hui relevant du marqueur hypertextuel – il n'apparaît certes pas dans le produit abouti, la copie média publiée. Les agences de presse l'emploient encore pour désigner le trafic des textes dans leurs flux rédactionnels en interne : "*slug*", c'est un, ou maximum, trois mots-clefs caractérisant l'événement (lit-on dans un manuel dit « le petit livre rouge », de l'AFP, datant des années 1970) ; *slug*, *slugging*, *slugs-standard* ("*analysis*", "*bio*" (*country*), "*crime*", "*disarm*" (*for all stories on disarmament*)...)... font l'objet de cinq pages du manuel interne AFP, « *English service manual* », de 1992, et de l'entrée suivante dans le manuel RTR édité la même année :

1 Rd. M. Harnett, *Wirespeak, Codes and jargons in the news business*, San Mateo, California, Shorebird Press, 1997.

a slug is a word or combination of words and numerals appearing on the first line of every news agency story which uniquely identifies that story...»¹

Ainsi notre interrogation porte ici sur la prégnance de ces flux, *inter, intra, extra...* – médias, pourrait-on dire. Indicateurs et fléchages en interne sont d'autant plus raccourcis, définis, pointus, que le développement des dispositifs hypertextuels – des *mark-up languages* destinées à favoriser le transfert de matériaux numérisés (images, sons, textes...) – entre vecteurs, fournisseurs et médias d'information, s'accélère, s'intensifie et présuppose une matrice commune : des *news text mark up languages*. Bien nommer les choses pour pouvoir catégoriser, classer, trier, transférer le matériau d'information, est la hantise non seulement des informaticiens mais aussi des rédacteurs – aussi les postes intitulés “rédacteur en chef technique” se multiplient-ils dans les rédactions ; savoir-faire techniques et savoirs rédactionnels s'agencent. Par ailleurs, on aurait tendance à croire que plus les logiciels qui permettent de classer et d'analyser la copie des diverses agences et autres fournisseurs d'information s'affinent, plus le journaliste, producteur de la copie, a à tenir compte de paramètres précis. On n'en prendra à cet égard, pour clore, que deux exemples, aimablement communiqués par diverses agences, et dont nous tenons à respecter la confidentialité, en 2002.

On sait l'importance que prirent au cours des 20-30 dernières années, dans les cultures politiques et journalistiques aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne, les notions de *spin* et de *bite*. Soigner la rédaction d'un texte en vue de produire un impact, de retenir l'attention, de connaître un taux élevé de reprise – texte donc émaillé de “petites phrases” montées en épingle – ainsi que l'attention apportée à la présentation “positive” d'une information, remonteraient, certes, à Machiavel et à bien d'autres ; ils ont un nombre croissant d'émules, que ceux-ci habitent, ou qu'ils couvrent, la Maison-Blanche ou le 10 Downing Street. Rédigés vers 1513-14, *Le Prince*, qui consacre le 23e chapitre à la flatterie, et qui pointe comment le pape Alexandre VI savait duper son monde, reste de saison, et *I Discorsi* (texte du même Machiavel sur Tite-Live) également. Le journaliste guette les stratégies de présentation du politique, du communicant, mais lui-même recherche la phrase

1 I. Macdowall, *Reuters Handbook for journalists*, London, Butterworth-Heinemann, 1992, pp. 134-5.

qui fait tilt. Un correspondant politique de la BBC, Nicholas Jones, publia même en 1995 un ouvrage intitulé *Soundbites and spin doctors*¹. Le chercheur nord-américain Dan Hallin, lui, analysa l'évolution des petites phrases dans les JT des grandes chaînes aux Etats-Unis². Ici, relevons les sept critères que des agenciers signalent comme indicateurs de la réussite ou non des "*Top Stories*", d'une région donnée du monde, chaque semaine ; l'impact d'un texte serait fonction de son aptitude à "mordre" ; un papier *bite* ou mord s'il satisfait à quatre ou cinq de ces critères :

1 : quoi de neuf ? Dites-moi une chose que j'ignore. 2 : et alors ? Dites-moi pourquoi je devrais poursuivre ma lecture. 3 : Avez-vous mis ça en doute ? Est-ce cela, le vrai sujet ? Ne vous contentez pas de me fourguer la version officielle. 4 : Qui le dit ? Dites-moi comment vous le savez, qu'est-ce qui fait qu'on y croit, et en quoi ce récit-là est-il pertinent pour le client. 5 : Puis-je le supprimer ? Dites l'essentiel d'emblée ; ne "tartinez" pas. 6 : Et ensuite ? Montrez-moi ce qu'il va en advenir. 7 : Est-ce que cela chante ? Donnez-moi une citation en or ou une touche de couleur.

L'information-*news* n'est pas une science exacte, répètent les professionnels.

Mais ils multiplient les indicateurs, les paramètres, afin d'élucider l'alchimie de la nouvelle (la métaphore est de Marc Paillet, ancien rédacteur en chef du service économique de l'AFP, et principal auteur du manuel de rédaction de l'agence, paru en 1982)³. Ils vont jusqu'à citer des prosateurs remarquables en matière de style. En 1991, à Londres et aux Etats-Unis, des contrôleurs de copie (AP, Reuters) citaient à l'occasion telle ou telle phrase de Hemingway, archétype du reporter états-unien devenu romancier. En 2002, divers manuels et consignes de style de langue anglaise citent encore Winston Churchill, mort en 1965, et qui gagna un temps (vers 1900) sa vie comme correspondant de guerre aux Indes et en Afrique du Sud) : « les mots les meilleurs mots (« *best words* ») sont les mots les plus brefs, et les meilleurs mots brefs portent le plus », affirma-t-il. Churchill et George Orwell – qui insista : « ne

1 London, Cassell, 1995.

2 D. Hallin, *We keep America on top of the world, Television journalism and the public sphere*, London, Routledge, 1994.

3 *Le journalisme*, Paris, Denoël, 1974.

jamais employer un mot long lorsqu'un mot court peut faire l'affaire »¹ – trouvent écho, si l'on peut dire, dans cette observation d'un journaliste Reuters, formé dans les bureaux londoniens de l'Agence dans les années 1890 : « il fallait écrire “*begin*” ou “*start*” et non pas le mot d'origine latine “*commence*”². En 2002, il est des agences qui disent bien tolérer, de temps à autre, une phrase longue, avec des clauses relatives et même avec des clauses relatives aux clauses relatives. Mais elles pourfendent le style “Planète Journalisme” cher aux champions ès fast-food du « Planète Hollywood ». Elles préviennent les leurs : « Plus la phrase s'adonne aux clauses relatives, plus il faut vous rendre maître de l'emploi des virgules ; du reste, les internautes, au laps d'attention limité, et férus du slalom entre les sites, risquent de vous quitter ». Ce savoir-faire technique, ce savoir informel aux usages internes et que convoquent les rédacteurs en chef face aux failles des leurs, ne relève-t-il pas, quelque part, d'un “média-rédaction-determinisme” non moins important que le présupposé didactique ou pédagogique souvent associé aux savoirs formels ?

1 G. Orwell, « Politics and the English language », *Horizon*, n° 13, London, 1946.

2 V. Williams, *The world of action*, London, Hamish Hamilton, 1938.